

Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, dan Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lazis Nurul Falah Surabaya dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi

Berlian Febrianti¹, Ach. Yasin²

^{1,2} Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

berlian.19025@mhs.unesa.ac.id, ach.yasin@unesa.ac.id

ABSTRACT

There is a significant gap between zakat's potential and its actualization., this is because of people's habit paying zakat directly to mustahik. This study aims to determine how the influence of zakat literacy, altruism and institutional image on muzakki's interest in paying zakat at LAZIS Nurul Falah Surabaya with religiosity as moderation. In this research, the method used is quantitative method with moderation analysis using Smart PLS. Accidental sampling technique is used in sampling. The results of this study prove that partially the variables of zakat literacy, altruism, institutional image affect the interest of muzakki to pay zakat. Religiosity has no effect on muzakki's interest in paying zakat. Meanwhile, the results of moderation analysis show that religiosity cannot moderate zakat literacy, institutional image, and altruism on muzakki's interest in paying zakat.

Keywords: *Zakat Literacy, Altruism, Institutional Image, Religiosity, Interest*

ABSTRAK

Adanya gap dari potensi dan realisasi zakat yang cukup besar, hal tersebut disebabkan karena kebiasaan masyarakat yang membayar zakat langsung kepada mustahik. Penelitian ini memiliki tujuan agar mengetahui bagaimana pengaruh literasi zakat, altruisme dan citra lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya dengan religiusitas sebagai moderasi. Dalam riset ini metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan analisis moderasi memakai Smart PLS. Teknik accidental sampling digunakan dalam pengambilan sampling. Hasil penelitian ini membuktikan secara parsial variabel literasi zakat, altruisme, citra lembaga berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat. Sementara itu hasil analisis moderasi menunjukkan bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi literasi zakat, citra lembaga, dan altruisme terhadap minat muzakki membayar zakat.

Kata Kunci : *Literasi Zakat, Altruisme, Citra Lembaga, Religiusitas, Minat*

PENDAHULUAN

Indonesia menjadi negara yang menempati peringkat ke-empat populasi penduduk terbanyak di dunia pada tahun 2021 (Databoks, 2022). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) populasi masyarakat Indonesia pada Maret 2022 berjumlah 275773,8 juta jiwa (BPS, 2022). Dari jumlah tersebut mayoritas penduduk di Indonesia mencapai 86,93% dari total populasi (Databoks, 2021). Umat muslim memiliki kewajiban yang harus dilaksanakan salah satunya zakat. Zakat dapat dikatakan sebagai salah satu ibadah. Dalam Islam, umat muslim diperintahkan

untuk membayar zakat. Bagi umat muslim yang mampu, zakat merupakan suatu perintah wajib untuk menyumbangkan sebagian hartanya, untuk diberikan pada orang yang kurang mampu. Hukum mengenai zakat telah di atur dalam Al-Quran dan sunnah. Hukum zakat yang tercantum dalam Al-Quran dan sunnah terdapat ajaran zakat yang melandasi perkembangan kekuatan ekonomi dan sosial. Zakat memiliki beberapa dimensi yaitu ibadah, sosial, dan ekonomi yang erat hubungannya dengan lembaga pengelolaan zakat, sehingga lembaga pengelolaan zakat dapat disebut sebagai lembaga ibadah. Selain itu zakat dapat menjadi sarana untuk mengentaskan kemiskinan.

Peraturan terkait zakat juga di atur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat yang mengatur segala aktivitas yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan terhadap dana zakat. Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat di dalamnya juga tertuang terkait tujuan pengelolaan zakat yaitu untuk meningkatkan efektifitas efisiensi pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk mensejahterakan masyarakat. Dalam rangka memaksimalkan daya guna dan hasil guna, maka pemerintah mendirikan Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) agar zakat dapat dikelola lembaga serta sesuai dengan syariat islam.

Dalam kondisi di lapangan, sebagian besar masyarakat memilih menyalurkan zakat secara langsung, dimana muzaki akan memberikan zakat langsung kepada mustahik (Asnaini, 2017). Hal tersebut didukung dengan pernyataan direktur Pemberdayaan Zakat dan Wakaf Kementerian Agama Tarmizi Tohor pada tahun 2022 melalui website resmi BAZNAS yang mengungkapkan bahwa rendahnya potensi zakat disebabkan karena kebiasaan masyarakat yang masih membayarkan zakatnya langsung kepada mustahik (BAZNAS, 2022). Berdasarkan dengan jumlah populasi umat muslim merupakan mayoritas penduduk Indonesia, zakat memiliki potensi besar di Indonesia.

Studi yang dilakukan oleh Pusat Kajian Strategis (Puskas) BAZNAS pada tahun 2019 menyatakan potensi zakat di Indonesia sebesar 233,8 Triliun sedangkan penghimpunan dana hanya memperoleh 10 Triliun atau 5,2% dari potensi yang ada (BAZNAS, 2020). Di tahun 2020 potensi zakat sebesar 327,6 triliun (BAZNAS, 2021). Berdasarkan riset yang dilakukan BAZNAS dari potensi zakat 327,6 triliun jumlah realisasi atau capaian zakat masih sebesar 71,4 triliun atau 21,7% (KemenkoPMK, 2021). Gap antara potensi dan realisasi juga terjadi di beberapa provinsi di Indonesia. Potensi zakat dari BAZIS DKI Jakarta pada tahun 2021 sebesar 302 miliar dengan capaian sebesar 140 miliar (BAZNAS DKI Jakarta, 2021). Sedangkan potensi zakat dari BAZNAS se-Jawa Timur pada tahun 2021 sebesar 487 Miliar dengan realisasi atau capaian sebesar 122 Miliar atau 25% (BAZNAS, 2022). Dilihat dari data potensi dan realisasi zakat terdapat gap yang cukup besar, sehingga potensi zakat di Indonesia belum terserap secara optimal, maka diperlukan upaya yang lebih dari BAZ dan LAZ di Jawa Timur untuk mengoptimalkan potensi zakat. Dalam upaya mendukung pengoptimalan potensi zakat Provinsi Jawa Timur terdapat

beberapa LAZ untuk menyalurkan zakat. Dari LAZ yang ada di Jawa Timur tersebut terdapat beberapa LAZ yang baru diantaranya LAZIS Nurul Falah Surabaya.

Tabel 1 Penerimaan Dana

No.	Tahun	Penerimaan Dana	
		Zakat	Infak
1.	2018	134.820.075	1.451.603.123
2.	2019	135.619.218	1.102.302.606
3.	2020	239.406.199	1.185.811.831
4.	2021	190.206.970	2.828.236.501

Sumber : Tabungamal.id, 2021

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa penerimaan dana zakat LAZIS Nurul Falah Surabaya lebih kecil dibandingkan dengan penerimaan dana infak. Berdasarkan tabel tersebut dapat dikatakan bahwa minat masyarakat dalam membayarkan zakat melalui LAZIS Nurul Falah Surabaya masih kurang optimal. Kurang optimalnya pembayaran zakat ke lembaga karena minat masyarakat masih rendah, sebab jika minat muzaki dalam membayarkan zakat ke lembaga tinggi maka muzaki akan berusaha keras untuk membayarkan zakatnya melalui lembaga dan tidak membayarkan zakatnya secara langsung (Asnaini, 2017).

Menurut Yuliani *et.al* (2018) Yuliani et al (2018) yang mempengaruhi kurang maksimalnya minat masyarakat membayar zakat melalui Baznas yaitu dikarenakan masyarakat membayarkan zakatnya secara langsung kepada mustahik, kurangnya rasa percaya masyarakat terhadap Baznas, serta kurangnya pemahaman masyarakat terkait proses pembayaran zakat melalui Baznas. Penelitian yang dilakukan oleh Mukhibad *et al* (2019) keinginan muzakki membayar zakat dipengaruhi oleh religiusitas muzakki, dapat diartikan bahwa potensi zakat dapat dioptimalkan apabila religiusitas muzakki meningkat. Yusfiarto *et al* (2020) dalam penelitiannya menjelaskan tingkat literasi zakat yang tinggi, maka semakin meningkat niat muzakki untuk membayar zakat. Muda *et al* (2006) altruisme dapat mempengaruhi secara positif minat masyarakat untuk membayar zakat. Widyarini and Yuliana (2019) menjelaskan bahwa faktor kuat dalam mempengaruhi minat seseorang untuk membayar zaka yaitu citra lembaga, dalam artian semakin baik citra LAZ mendorong minat muzakki membayar zakat melalui LAZ

Berlandaskan dari latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti akan fokus meneliti pada beberapa hal yang mempengaruhi minat muzaki membayarkan zakat di lembaga pengelolaan zakat yaitu LAZIS Nurul Falah Surabaya. Dari fenomena yang terjadi tersebut maka menyebabkan adanya ketimpangan antara potensi dan realisasi zakat, oleh sebab itu penyebab permasalahan tersebut diperlukan identifikasi lanjutan. Berdasarkan permasalahan yang ada, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi "

TINJAUAN LITERATUR

Zakat

Zakat berawal dari kata “zaka” artinya suci, baik, bersih, tumbuh, serta berkembang (Qardhawi, 2011). Disebut zakat sebab di dalamnya memiliki tujuan untuk mendapat berkah, menyucikan jiwa serta memeliharanya melalui segala macam kebajikan. Uda (2009) menjelaskan bahwa kata zakat secara terminologi berarti “penunaian” dengan artian penunaian hak wajib yang ada dalam harta. Qardhawi (2011) menjelaskan bahwa zakat ialah sebagian harta yang harus dikeluarkan dan disalurkan kepada mereka yang berhak.

Literasi Zakat

Antara *et al* (2016) berpendapat bahwa literasi diartikan sebagai keterampilan, wawasan, serta pemahaman terhadap suatu hal untuk mengubah sikap dan keputusan individu. Definisi absolut terkait literasi zakat belum ditemukan dalam buku tekstual ataupun penelitian terkait dengan literasi zakat. Jika berdasarkan dengan definisi literasi yang sudah dijelaskan menurut BAZNAS (2019) literasi zakat ialah keterampilan individu anatara lain membaca, memahami, menghitung serta memperoleh informasi terkait zakat, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kesadaran individu untuk berzakat. Pada pengukuran literasi zakat menggunakan beberapa indicator yaitu, pengetahuan terkait kewajiban zakat, menghitung zakat, dampak zakat, dan program-program penyaluran zakat (Sutarno 2003).

Altruisme

Myers (2012) altruisme ialah lawan dari sikap egoisme, yang berarti orang altruis memiliki rasa peduli dan bersedia membantu meskipun tidak mendapat keuntungan atau tidak adanya imbalan. Sears (2009) menjelaskan bahwa altruisme yaitu motivasi diri dalam menolong dan berbuat kebaikan kepada orang lain. Al-Hasyr ayat 9 khususnya pada kata *al-itsar*. Kata *al-itsar* memiliki arti mengutamakan kebutuhan pihak lain atas kebutuhan diri sendiri. Sedangkan, prinsip dasar altruisme menurut pandangan Al-Quran ialah *at-ta'awum* (saling memberi pertolongan). Dalam pengukurannya altruism menggunakan beberapa indicator yaitu empati, meyakini keadilan dunia, tanggung jawab sosial, kontrol internal, rendah diri (Myers 2012).

Citra Lembaga

Menurut Kotler & Keller (2009) citra ialah suatu hal yang penting bagi sebuah lembaga, dimana citra menjadi kemampuan bagi suatu lembaga yang berkaitan dengan tercapainya keberhasilan atau tujuan, logo, grafik, identifikasi warna, dan pengiklanan harga. Menurut Aeker (2009) citra perusahaan adalah persepsi masyarakat dari hasil pengalaman, kesan, keyakinan, perasaan, dan pengetahuan tentang suatu perusahaan. Kotler & Keller (2009) menjelaskan citra perusahaan ialah pandangan publik pada suatu perusahaan yang berhubungan

dengan produk. Pada pengukuran citra lembaga menggunakan beberapa indikator yaitu kepribadian, reputasi, nilai, identitas perusahaan (Kotler & Keller 2012).

Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata *religion* (Inggris), sedangkan dalam bahasa Yunani religiusitas berasal dari kata *relegare*. Menurut Ghufron (2012) *relegare* memiliki arti dasar berhati-hati atau berpegang dalam norma dan aturan secara ketat. Glock & Stark (1968) religiusitas merupakan tingkat pemahaman dan tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya. Tingkat komitmen dapat diartikan sebagai tingkat ketaatan seseorang terhadap agamanya. Jalaluddin (2001) menjelaskan bahwa religiusitas ialah suatu kondisi yang mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan keyakinan agamanya. Dalam pengukuran religiusitas menggunakan beberapa indikator yaitu keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan, konsekuensi (Glock & Stark 1968).

Minat

Suryabrata (2004) minat dapat diartikan sebagai suatu hasrat dari dalam diri yang tertarik atau menyukai suatu objek. Menurut Crow & Crow (1993) minat merupakan suatu daya gerak yang dapat memberikan dorongan pada diri untuk cenderung atau memiliki ketertarikan terhadap benda, orang, aktivitas, atau dalam bentuk pengalaman efektif yang disebabkan aktivitas itu sendiri. Hurlock (2004) minat didefinisikan sebagai sesuatu yang digunakan individu untuk mengidentifikasi jati diri, dan minat juga menjadi dasar motivasi dan dorongan bagi individu dalam melakukan sesuatu yang diinginkan, apabila diberi kebebasan memilih. Pengukuran minat dilakukan menggunakan beberapa indikator yaitu ketertarikan, keinginan, dan keyakinan.

Pengembangan Hipotesis

Sehingga hipotesis untuk penelitian ini, yaitu :

H1 : Literasi zakat berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya.

H2 : Altruisme berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya.

H3 : Citra Lembaga berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya.

H4 : Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya.

H5 : Literasi zakat, altruisme, citra lembaga, dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya.

H6 : Religiusitas memoderasi literasi zakat terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya.

H7 : Religiusitas memoderasi altruisme terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya.

H8 : Religiusitas memoderasi citra lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya.

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif digunakan pada metode penelitian ini. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menggunakan serta mengembangkan model teori, matematis, hipotesis yang berhubungan dengan kejadian yang ada. Penelitian ini peneliti menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer didapat peneliti dari sumbernya secara langsung dengan cara menyebar kuisisioner. Data sekunder didapat dari sumber yang sudah tersedia, sumber tersebut didapat dari Badan Pusat Statistik, laporan. Populasi dalam penelitian ini, yaitu muzakki LAZIS Nurul Falah Surabaya dengan jumlah 210. Jumlah sampel sebesar 138 responden, jumlah tersebut diambil berdasarkan rumus slovin.

Pada penelitian kali ini menggunakan 5 variabel, dimana variabel independen yang akan diteliti yaitu literasi zakat, altruisme, dan citra lembaga. Variabel independent yang akan diteliti yaitu minat muzakki membayar zakat, sedangkan religiusitas sebagai variabel moderasi. Pada penelitian ini pengolahan data memakai analisis SEM-PLS dengan alat SmartPLS 4. Pada analisis SEM-PLS terdapat beberapa tahapan, yaitu *outer model*, *inner model*, dan uji hipotesis. Outer model terdiri dari *convergent validity*, *discriminant validity*, *cronbanch's alpha*, dan *composite reliability*. Inner model terdiri dari kolinieritas dengan tujuan untuk melihat apakah antar variabel independen terdapat hubungan atau tidak, *R square* dilakukan untuk menguji besarnya pengaruh variabel bebas dalam menggambarkan variabel terikatnya, *f-square* untuk mengetahui besar, sedang, kecil pengaruh variabel independen terhadap dependen. Selanjutnya uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui dampak antara variabel independen terhadap variabel dependen dan mengetahui pengaruh moderasi dalam suatu model.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 2 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Literasi Zakat (X1)	Literasi zakat ialah keterampilan individu dalam membaca, memahami, menghitung, serta memperoleh informasi yang berkaitan dengan zakat, sehingga keterampilan ini meningkatkan kesadaran individu terkait dengan pentingnya membayar zakat. (BAZNAS, 2019).	Sutarno : 1) Pengetahuan terkait kewajiban membayar zakat 2) Pengetahuan terkait perhitungan zakat 3) Pengetahuan terkait dampak zakat 4) Pengetahuan terkait program penyaluran zakat

No	Variabel	Definisi	Indikator
2.	Altruisme (X2)	Altruisme ialah lawan dari egoisme, individu yang altruis memiliki kepedulian serta bersedia membantu, meskipun tidak ada keuntungan atau harapan memperoleh kembali sesuatu (Myers, 2012).	Meyrs : 1) Empati 2) Meyakini keadilan dunia 3) Tanggung jawab sosial 4) Pengendalian diri 5) Rendah diri
3.	Citra Lembaga (X3)	Citra perusahaan ialah pandangan atau persepsi publik terhadap suatu perusahaan (Kotler & Keller, 2012).	Kotler dan Keller : 1) Kepribadian 2) Reputasi 3) Nilai 4) Identitas Perusahaan
4.	Religiusitas (Z)	Religiusitas adalah tingkat pemahaman dan tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya (Glock & Stark, 1968)	Gurlock dan Stark : 1) Keyakinan 2) Praktik ibadah 3) Pengalaman 4) Pengetahuan 5) Konsekuensi
5.	Minat Membayar Zakat (Y)	Minat merupakan suatu daya gerak yang dapat memberikan dorongan pada diri untuk cenderung atau memiliki ketertarikan terhadap benda, orang, aktivitas, atau dalam bentuk pengalaman efektif yang disebabkan aktivitas itu sendiri. (Crow & Crow, 1993)	Lucas dan Brit : 1) Ketertarikan 2) Keinginan 3) Keyakinan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data disebar online menggunakan google form yang diisi oleh populasi muzakki LAZIS Nurul Falah Surabaya dengan jumlah sampel 138 responden dan diolah menggunakan SPSS version 25. Tabel profil responden disajikan sebagai berikut:

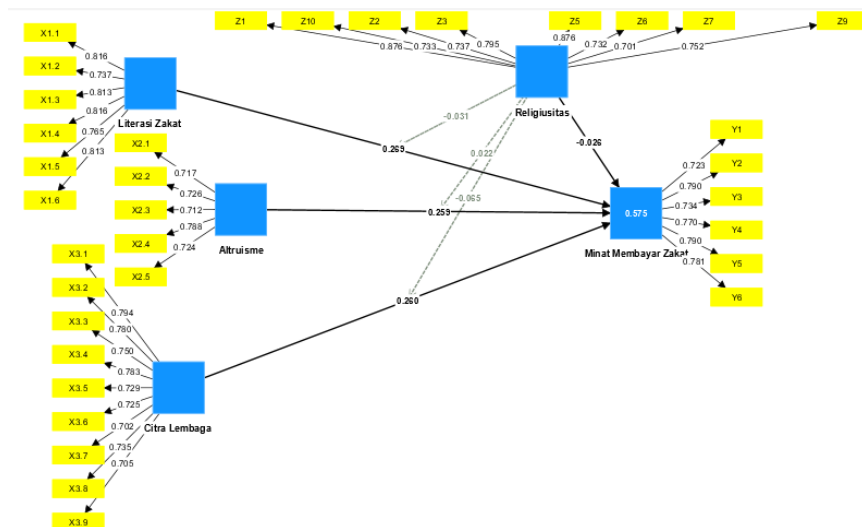
Tabel 3 Profil Responden

Kategori	Klasifikasi	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	56	41%
	Perempuan	82	59%
Usia	17 - 25	4	3%
	26 - 35	26	19%
	36 -45	58	42%
	>45	50	36%
Pendidikan	SD	0	0%
	SMP	0	0%
	SMA	73	53%

Kategori	Klasifikasi	Jumlah	Presentase (%)
	S1	62	42%
	S2	3	2%
	S3	0	0%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	0	0%
	Wiraswasta	49	36%
	PNS	13	9%
	Pegawai Swasta	36	26%
	Lainnya	40	29%
Domisili	Surabaya	104	75%
	Bekasi	2	1%
	Ponorogo	1	1%
	Sidoarjo	22	16%
	Gresik	3	2%
	Mojokerto	2	1%
	Bojonegoro	1	1%
	Cirebon	1	1%
	Sumenep	1	1%
	Bandar Lampung	1	1%

Berdasarkan tabel diatas, karakteristik responden berjenis kelamin laki-laki 41% serta berjenis kelamin perempuan 59%. Pada kategori usia mayoritas responden berusia 36 - 45 tahun dengan presentase 42%. berdasarkan kategori pendidikan mayoritas responden tamatan tingkat SMA dengan presentase 53%. Berdasarkan pekerjaan mayoritas responden bekerja sebagai wiraswasta dengan presentase 36%. Berdasarkan domisili mayoritas responden berdomisili di Surabaya dengan presentase 75%.

Model Penelitian



Gambar 1 Model Penelitian

Outer Model

Pengujian *outer model* dalam penelitian ini diperlukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuisioner yang telah diisi oleh responden dengan jumlah responden 138 responden. Pada pengujian *outer model* terdiri dari beberapa pengujian yang pertama *convergent validity* dengan kriteria nilai *outer loading* > 0.70 dan nilai *AVE* > 0.05 (Hair, Hult, M, R.C, & Marko, 2014). Pada penelitian ini nilai *outer loading* masing-masing item pernyataan > 0.70, serta nilai *AVE* > 0.05, dapat dinyatakan pada penelitian ini *convergent validity* terpenuhi serta indikator dinyatakan valid.

Dalam mengetahui konsistensi indikator dalam mengukur variabel dapat diketahui dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* > 0.05 (Ghazali, 2016). Pada penelitian ini nilai *cronbach's alpha* serta *composite reliability* > 0.05, maka dinyatakan setiap variabel dikatakan reliabel.

Discriminant validity salah satu bagian dari *outer model* yang dapat dibaca melalui *cross loading*. *Cross loading* berfungsi untuk mengetahui terkait nilai diskriminan pada suatu konstruk memenuhi kriteria atau tidak. Kriteria penilaian *cross loading* apabila nilai *outer loading* > nilai *cross loading*.

Tabel 4 Cross Loading

	X1	X2	X3	Y	Z
X1.1	0,816	0,573	0,566	0,530	0,469
X1.2	0,737	0,726	0,560	0,532	0,781
X1.3	0,813	0,534	0,513	0,516	0,609
X1.4	0,816	0,573	0,566	0,530	0,469
X1.5	0,765	0,615	0,629	0,604	0,553
X1.6	0,813	0,534	0,513	0,516	0,609
X2.1	0,465	0,717	0,501	0,469	0,468
X2.2	0,713	0,726	0,547	0,505	0,765
X2.3	0,501	0,712	0,471	0,499	0,613
X2.4	0,511	0,788	0,631	0,567	0,708
X2.5	0,564	0,724	0,577	0,462	0,486
X3.1	0,583	0,591	0,794	0,530	0,526
X3.2	0,520	0,521	0,780	0,506	0,406
X3.3	0,607	0,585	0,750	0,520	0,459
X3.4	0,525	0,531	0,783	0,512	0,395
X3.5	0,501	0,520	0,729	0,502	0,559
X3.6	0,523	0,520	0,725	0,450	0,456
X3.7	0,435	0,527	0,702	0,503	0,463
X3.8	0,565	0,602	0,735	0,532	0,536
X3.9	0,466	0,596	0,705	0,470	0,560
Y1	0,442	0,474	0,551	0,723	0,420
Y2	0,500	0,513	0,568	0,790	0,462
Y3	0,467	0,500	0,432	0,734	0,507

	X1	X2	X3	Y	Z
Y4	0,534	0,543	0,529	0,770	0,461
Y5	0,683	0,560	0,540	0,790	0,475
Y6	0,469	0,545	0,474	0,781	0,515
Z1	0,704	0,703	0,522	0,521	0,876
Z2	0,501	0,696	0,435	0,500	0,737
Z3	0,502	0,747	0,567	0,558	0,795
Z5	0,704	0,703	0,522	0,521	0,876
Z6	0,691	0,603	0,561	0,514	0,732
Z7	0,465	0,558	0,468	0,357	0,701
Z9	0,461	0,534	0,444	0,423	0,752
Z10	0,475	0,607	0,511	0,381	0,733

Sumber : *Output Smart PLS 4, 2023 (data diolah)*

Dari hasil tabel dapat diketahui tidak terjadi diskriminan validitas. Hal tersebut dapat dilihat bahwa item pernyataan X1.1 berkorelasi lebih tinggi dengan variabel X1 (literasi zakat), dan lebih rendah dengan variabel lainnya.

Inner Model

Kolinieritas

Kolinieritas dapat diketahui dari nilai VIF, jika nilai VIF < 5 maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 5 Collinearity

	Altruisme	Citra Lembaga	Literasi Zakat	Minat Membayar Zakat	Religiusitas
Altruisme				4.533	
Citra Lembaga				2.646	
Literasi Zakat				2.851	
Minat Membayar Zakat					
Religiusitas				3.906	

Sumber : *Output Smart PLS 4, 2023 (data diolah)*

Dari hasil tabel dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Hal tersebut dilihat dari nilai VIF < 5 pada masing-masing variabel.

F Square

F Square untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel dengan effect size. Menurut Chin (1998) penentuan penilaian kriteria *f-square* ada tiga kategori, yaitu nilai *f-square* sebesar 0.02 diartikan memiliki pengaruh lemah, 0.15 medium, 0.35 besar.

Tabel 6 Effect Size

	Altruisme	Citra Lembaga	Literasi Zakat	Minat Membayar Zakat
Altruisme				0,035
Citra Lembaga				0,060
Literasi Zakat				0,060
Minat Membayar Zakat				
Religiusitas				0,025

Sumber : *Output Smart PLS 4, 2023 (data diolah)*

Dapat dilihat dari tabel diatas besaran pengaruh antar variabel menunjukkan pengaruh lemah. Hal itu dilihat dari nilai f-square setiap variabel < 0.15 atau dapat dikatakan > 0.02

R Square

R square bertujuan menguji besarnya pengaruh variabel endogen terhadap variabel eksogen. Model prediksi atau model penelitian dikatakan baik, jika nilai *R square* semakin tinggi. Menurut Chin (1998) kriteria penilaian *R square*, yaitu apabila nilai *R square* 0.67 dikatakan pengaruh baik, 0.33 sedang, sedangkan 0.19 lemah untuk variabel dependen pada model struktural.

Tabel 7 R-Square

	R-square	R-square adjusted
Minat Membayar Zakat	0,575	0,552

Sumber : *Output Smart PLS 4, 2023 (data diolah)*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh literasi zakat, altruisme, citra lembaga, dan religiuitas terhadap minat membayar zakat sebesar 57,5%, sehingga dapat dinyatakan memiliki pengaruh moderaat.

Uji Hipotesis

Direct Effect

Tabel 8 Direct Effect

	T statistics	P values	Keputusan
Literasi Zakat -> Minat Membayar Zakat	2.981	0.003	Diterima
Altruisme -> Minat Membayar Zakat	2.411	0.016	Diterima
Citra Lembaga -> Minat Membayar Zakat	2.825	0.005	Diterima
Religiusitas -> Minat Membayar Zakat	0.252	0.801	Ditolak

Sumber : *Output Smart PLS 4, 2023 (data diolah)*

Melihat tabel diatas diketahui literasi zakat, altruisme, dan citra lembaga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat, namun berbeda dengan religiusitas yang tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Dapat dilihat dari nilai t statistik dan nila P value. Hasil T statistik literasi

zakat, altruisme dan citra lembaga > nilai T tabel (1.967), sedangkan nilai T statistik religiusitas < dari T tabel. Selain itu, nilai P value literasi zakat, altruisme, dan citra lembaga < 0.05, sedangkan nilai p value religiusitas > 0.05.

Indirect Effect

Tabel 9 Indirect Effect

	P values	Keputusan
Religiusitas x Literasi Zakat -> Minat Membayar Zakat	0.840	Ditolak
Religiusitas x Altruisme -> Minat Membayar Zakat	0.884	Ditolak
Religiusitas x Citra Lembaga -> Minat Membayar Zakat	0.622	Ditolak

Sumber : *Output Smart PLS 4, 2023 (data diolah)*

Dari hasil tabel diketahui religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh literasi zakat, altruisme, dan citra lembaga pada minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya. Hasil p value pada masing-masing perkalian variabel independen dengan religiusitas yang > 0.05.

Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Dari hasil analisis data diketahui literasi zakat memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat muzakki membayar zakat. Dalam artian tingginya pengetahuan terkait kewajiban zakat, pengetahuan terkait menghitung zakat, dampak zakat, dan program penyaluran zakat dapat meningkatkan ketertarikan, keinginan, dan keyakinan muzakki dalam membayar zakat. Studi Cole & Fernando (2008) tingkat pendidikan yang semakin tinggi, maka tingkat pemahaman akan semakin tinggi pula, sesuai dengan penelitian ini karena mayoritas tingkat pendidikan responden ialah SMA dan S1, sehingga dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka literasi zakat lebih tinggi dan minat untuk membayar zakat meningkat. Sesuai dengan BAZNAS (2019) terdapat literasi atau pengetahuan yang baik, maka semakin bertambah pengetahuan muzakki mengenai lembaga pengelola zakat, hal tersebut berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki dalam memberikan dana zakatnya pada sebuah lembaga pengelola zakat. Prayoga & Yafiz (2022) literasi zakat memiliki dampak positif dan signifikan pada minat muzakki membayar zakat.

Dari teori dan hasil tersebut, semakin baik literasi atau pengetahuan terkait zakat dan LAZIS Nurul Falah Surabaya selaku lembaga pengelola zakat, maka potensi individu dalam membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya semakin meningkat. Beberapa cara yang diterapkan LAZIS Nurul Falah Surabaya untuk membantu meningkatkan pengetahuan muzakki terkait zakat dan juga lembaga yaitu melalui media sosial ataupun majalah yang disediakan LAZIS Nurul Falah Surabaya. Media tersebut berisi terkait dengan pengetahuan kewajiban membayar

zakar, perhitungan zakat yang harus dikeluarkan, bagaimana cara menghitung dan beberapa program terkait dengan penyaluran dana zakat.

Ahmad *et al* (2015) dan Prayoga & Yafiz (2022) yang menjelaskan bahwa literasi zakat memiliki dampak positif dan signifikan pada minat membayar zakat. Pertiwi (2020), Anggraini & Indrarini (2022) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu literasi zakat tidak memiliki dampak positif dan signifikan pada minat muzakki membayar zakat.

Pengaruh Altruisme Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Dari hasil analisis data diketahui variabel altruisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Hal tersebut dapat dijelaskan dengan tingginya rasa empati, meyakini keadilan dunia, tanggung jawab sosial, kontrol internal, dan rendah diri seseorang dapat meningkatkan ketertarikan, keyakinan, dan keinginan untuk membayar zakat. (Widiarti, 2003) menjelaskan bahwa laki-laki mementingkan hubungan timbal balik, sehingga kepedulian laki-laki lebih rendah dibanding perempuan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian ini karena mayoritas responden merupakan perempuan, sehingga semakin tingginya tingkat altruisme yang dimiliki, maka minat untuk membayar zakat meningkat.

Santrok (2003) altruisme merupakan minat seseorang dalam membantu orang lain dengan tidak mengharapkan imbalan. Hal tersebut berarti apabila sikap altruisme dalam diri seseorang semakin tinggi maka minat seseorang untuk menolong orang lain akan lebih tinggi, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat seseorang untuk membayar zakat. Hal tersebut juga diterapkan oleh LAZIS Nurul Falah Surabaya untuk meningkatkan sikap altruisme dengan selalu sigap membantu dan update terkait dengan bencana alam yang telah terjadi. Contoh bencana di Lumajang pada Maret 2022, dimana LAZIS Nurul Falah Surabaya menyalurkan dana zakatnya salah satunya untuk penyintas bencana alam gunung Semeru. Hal tersebut dapat meningkatkan altruisme seseorang, sehingga minat seseorang untuk membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya meningkat.

Hakim & Mulazid (2018), Sulistyowati (2021) mengatakan altruisme memiliki dampak positif dan signifikan. Hal tersebut selaras dengan penelitian Purwanto *et al* (2022) mengatakan kepedulian sosial (altruisme) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap jumlah donatur.

Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Dari hasil analisis data diketahui variabel citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kepribadian, reputasi, nilai dan identitas perusahaan dapat meningkatkan ketertarikan, keyakinan dan keinginan muzakki membayar zakat. Teori yang sejalan dengan penelitian ini yaitu teori dari Kotler & Keller (2012) yang menyatakan kekuatan lembaga terdapat dalam pencitraan yang terkait dengan keberhasilan, logo, identifikasi warna, grafik, dan pengiklanan harga. Dari teori tersebut dapat dipahami bahwa perusahaan atau lembaga dapat menarik minat

muzakki untuk membayar zakat salah satunya dengan memiliki citra lembaga yang baik.

Dengan citra lembaga yang baik seperti dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab yang baik maka akan berdampak dapat meningkatkan keyakinan muzakki dalam membayar zakat. Hal tersebut dikarenakan muzakki akan memilih lembaga yang sudah memiliki karakter yang baik untuk menyalurkan dana zakat yang diberikan kepada orang yang membutuhkan. Selain itu lembaga memiliki reputasi yang baik dari muzakki yang pernah memiliki pengalaman membayar zakat di lembaga tersebut dan hal tersebut diyakini muzakki, maka keinginan muzakki dalam membayar zakat di lembaga akan meningkat.

LAZIS Nurul Falah Surabaya memiliki citra yang baik karena memiliki tanggung jawab dan transparansi. LAZIS Nurul Falah Surabaya selalu memberikan laporan kepada donatur terkait dengan dana yang diberikan. Selain itu LAZIS Nurul Falah Surabaya memberikan laporan keuangan yang dapat diakses di web tabung amal dan juga majalah. LAZIS Nurul Falah Surabaya menjaga hubungan dan peduli pada setiap donatur. Citra baik LAZIS Nurul Falah Surabaya salah satunya dikarenakan pelayanan yang cepat tanggap mengenai keluhan maupun masukan yang diterima, sehingga dengan citra baik yang dimiliki LAZIS Nurul Falah Surabaya dapat meningkatkan minat muzakki membayar zakat.

Haki (2020), Aningsih (2019), Pangiuk et.al (2017) mengatakan bahwa citra lembaga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Hal tersebut tidak selaras dengan Sofiyani & Kristiyono (2021), Nur'aini & Ridla (2015) mengatakan citra lembaga tidak berpengaruh pada keputusan muzakki membayar zakat.

Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Dari hasil analisis data diketahui variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat. Pada riset ini tidak selaras dengan teori minat dari Crow & Crow (1989) bahwa minat seseorang didukung oleh tiga aspek, diantaranya yaitu keinginan dari dalam diri individu. Pada penelitian ini, religiusitas salah satu aspek dorongan dalam diri seseorang, penafsiran setiap orang pada kepercayaan dan menjalankan ajaran agama tidak sama satu sama lain.

Kehidupan batin manusia sangat erat kaitannya dengan religiusitas. Pandangan religiusitas dapat mendorong individu supaya bertindak sesuai tingkat kepatuhan seseorang pada agamanya. Keinginan untuk membayar zakat tidak dipengaruhi oleh religiusitas. Karena pemahaman setiap individu berbeda, maka tindakan pemahaman dan ketaatan berbeda pula. Keinginan untuk berzakat melalui LAZIS Nurul Falah Surabaya tidak ditentukan oleh religiusitas, meskipun faktanya religiusitas faktor dari dalam diri. Karena pemahaman setiap individu dalam berzakat melalui lembaga tidak sama satu sama lain, selain itu minat menunaikan zakat di lembaga pengelola zakat juga dipengaruhi oleh aspek lainnya yaitu faktor eksternal.

Sidiq (2015), Nugroho & Nurkhin (2019) memahami minat untuk membayar zakat tidak terpengaruh oleh religiusitas. Hakim & Mulazid (2018) menjelaskan bahwa religiusitas berpengaruh pada minat membayar zakat.

Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Dari hasil analisis data diketahui variabel literasi zakat, altruisme, citra lembaga, dan religiusitas berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat. Dimana memiliki religiusitas yang baik maka percaya dan taat akan perintah Allah. Salah satu perintah Allah yaitu membayar zakat dengan percaya bahwa membayar zakat merupakan suatu hal yang wajib dan dapat memberi berkah secara tidak langsung pengetahuan atau literasi zakat muzakki meningkat. Terlebih dengan pemahaman yang baik bahwa zakat memiliki dampak sosial yang baik, maka dapat meningkatkan sikap altruisme atau menumbuhkan sikap empati agar dapat membantu orang lain salah satunya dengan membayar zakat. Selain faktor internal dari dalam diri faktor eksternal seperti citra lembaga dapat membantu meningkatkan keinginan membayar zakat. Dalam artian apabila aspek internal dari muzakki seperti religiusitas, literasi zakat, altruisme serta aspek eksternal citra lembaga baik maka minat muzakki untuk membayar zakat akan lebih kuat.

Pengaruh Religiusitas Memoderasi Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Dari hasil analisis data diketahui bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh literasi zakat pada minat membayar zakat. Hal tersebut menunjukkan pengaruh literasi zakat pada minat tidak dipengaruhi oleh tingkat religiusitasnya, baik tinggi maupun rendah. Sehingga dapat diartikan, meskipun tingkat religiusitas individu tinggi tidak mempengaruhi literasi zakat muzakki dalam membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya. Sejalan dengan penelitian Araf & Haryono (2022), Nurkhin *et al* (2020) menyatakan bahwa pengetahuan terhadap minat tidak dimoderasi religiusitas. Berbeda dengan Nugroho & Nurkhin (2019) yang mengatakan bahwa religiusitas dapat memoderasi pengaruh positif literasi zakat pada minat muzakki membayar zakat.

Pengaruh Religiusitas Memoderasi Pengaruh Altruisme Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Dari hasil analisis data diketahui religiusitas tidak memoderasi pengaruh altruisme terhadap minat muzakki membayar zakat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa memiliki empati, percaya pada keadilan dunia, rasa tanggung jawab sosial, pengendalian diri, serta rasa rendah diri yang tinggi belum tentu memiliki ketertarikan, keyakinan, dan keinginan yang lebih tinggi untuk membayar zakat.

Adanya keyakinan terhadap rukun iman belum tentu mampu menguatkan rasa empati seseorang, dikarenakan rasa empati bergantung pada setiap individu masing-masing. Salah satu faktor empati karena suasana hati dimana memiliki keyakinan terkait rukun iman, bukan satu-satunya faktor dapat mempengaruhi

keinginan hati seseorang, sehingga hal tersebut bukan satu-satunya faktor dalam meningkatkan keinginan membayar zakat. Pengendalian diri, bukan hanya dipengaruhi oleh aspek religiusitas saja, ada aspek lain yang dapat mempengaruhi pengendalian diri, salah satunya faktor eksternal dari seseorang. Pengendalian diri kembali pada diri individu masing-masing dan kemauan individu, faktor altruisme seseorang bukan hanya dari dalam diri seseorang, akan tetapi juga dari aspek luar seperti keadaan lingkungan sekitar. Sesuai dengan penelitian Mukhlas & Ma'ruf (2020) yang mengatakan bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi altruisme. Hal ini berbeda dengan Nasution (2017), Lee Shin (2018) yang menyimpulkan bahwa religiusitas mampu memoderasi altruisme pada minat membayar zakat.

Pengaruh Religiusitas Memoderasi Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Dari hasil analisis data diketahui bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh citra lembaga terhadap minat muzakki membayar zakat. Dalam penelitian ini religiusitas tidak memoderasi pengaruh citra lembaga minat membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa memiliki kepribadian, reputasi, nilai perusahaan, dan identitas perusahaan yang baik, belum tentu memiliki ketertarikan, keyakinan, dan keinginan yang lebih besar untuk membayar zakat. Mubin (2019) bahwa pengaruh citra lembaga terhadap minat tidak dimoderasi oleh religiusitas. Citra perusahaan tidak serta merta dipengaruhi oleh religiusitas yang tinggi dari seseorang. Menurut Wardani (2020) yang mengatakan bahwa religiusitas dapat memoderasi citra lembaga terhadap keputusan berdonasi. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian Sulistyowati (2020) yang mengatakan bahwa religiusitas tidak memoderasi citra lembaga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, literasi, altruisme, dan citra lembaga berdampak positif dan signifikan pada keinginan muzakki untuk membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya. Minat membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya tidak dipengaruhi oleh religiusitas. Pengaruh literasi zakat, citra lembaga, dan altruisme terhadap minat muzakki membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya tidak dapat dimoderasi oleh religiusitas.

Berdasarkan hasil pembahasan disarankan untuk lebih meningkatkan aspek yang terdapat dalam lembaga sesuai dengan indikator literasi zakat seperti pengetahuan menghitung zakat, dampak zakat, dan program penyaluran dana zakat. Hal tersebut tersebut dapat dilakukan menggunakan platform media LAZIS Nurul Falah Surabaya, dimana nantinya hal tersebut akan dapat membantu muzakki meningkatkan literasi zakat dan meningkatkan ketertarikan membayar zakat di LAZIS Nurul Falah Surabaya. Selain itu dapat lebih meningkatkan aspek yang terdapat dalam lembaga sesuai dengan indikator citra lembaga yaitu reputasi, nilai perusahaan, dan identitas perusahaan sebagai lembaga yang tepat untuk menyalurkan dana zakat atau dana sosial keagamaan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. New York: Free Press.
- Ahmad, R. A. R., Othman, A. M. A., & Salleh, M. S. (2015). Assessing the Satisfaction Level of Zakat Recipients Towards Zakat Management. *Procedia Economics and Finance*, 31(15), 140–151.
- Anggraini, Y., & Indrarini, R. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital Pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1).
- Aningsih, I. (2019). Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan terhadap Minat Membayar Zakat Maal melalui LAZ-UQ Jombang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 2(3).
- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy : The Way Forward in Halal Ecosystem. *Procedia Economic and Finance*, 37(16), 196–202.
- Arafi, M., & Haryono, S. (2022). Peran Religiusitas dalam Memoderasi Persepsi, Preferensi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), 461–467.
- Asnaini. (2017). Minat Muzaki Membayar Zakat Melalui Lembaga (Studi Kasus Di Provinsi Bengkulu). *Jurnal Studi Islam Dan Kemasyarakatan*, 10(1).
- BAZNAS. (2020). BAZNAS: Zakat Masyarakat yang Tak Tercatat 61,2 Triliun.
- BAZNAS. (2021). *Outlook Zakat Indonesia 2021*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional.
- BAZNAS. (2022). Sukseskan Nusantara Cinta Zakat, Sejumlah Gubernur Berzakat melalui BAZNAS.
- BAZNAS, P. (2019). *Indeks Literasi Zakat : Teori dan Konsep*. Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- BPS. (2022). Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun 2020-2022.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Cole, S., & Fernando, N. (2008). Assessing the Importance of Financial Literacy. *Finance for the Poor*, 9(3), 1–8.
- Crow, L., & Crow, A. (1989). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Nur Cahaya.
- Crow, L., & Crow, A. (1993). *Psikologi Pendidikan*. Surabaya: PT. Bina Ilmu.
- Databoks. (2021). Presentase Pemeluk Agama/Kepercayaan di Indonesia Juni 2021.
- Databoks. (2022). 10 Negara Dengan Jumlah Penduduk Terbanyak di Dunia.
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Statistika Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M. N. (2012). *Psikologi Epistemologis: Kepercayaan Tentang Hakekat Pengetahuan dan Bagaimana Mengetahu Perspektif Psikologi*. Yogyakarta: Penerbit Idea Press.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1968). *Religion And Society In Tension: A Publi. From The Research Program In The Sociology Of Religion Survey Research Center*. Chicago: University of California.
- Hair, J. ., Hult, G. T. M., M, R.C, & Marko, S. (2014). *A Primer on Partial Least Squares*

- Structural Equation Modeling. *In Long Range Planning*, 46(1-2).
- Haki, U. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Fitrah. *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1).
- Hakim, A. R., & Mulazid, A. S. (2018). *E-Zakat: Redesign the Collection and Distribution of Zakat*. 433-452.
- Hurlock, E. B. (2004). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Jalaluddin. (2001). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Grafindo Raja Persada.
- KemenkoPMK. (2021). Menko PMK: Fokus si Miskin, Zakat Bisa Pulihkan Ekonomi Nasional.
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Muda, M., & dkk. (2006). Factors Influencing Individual Participation In Zakat Contribution: Exploratory Investigation. *Paper Submitted For Presentation At The Seminar For Islamic Banking And Finance*, 1-10.
- Mukhibad, H., & dkk. (2019). Determinant Of The Intention Of Muzakki To Pay Profesional Zakat. *SHARE Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 8(1), 45-67.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat, Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(3), 955-966.
- Nur'aini, H., & Ridla, M. R. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat MUzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta). *Jurnal MD Membangun Profesionalisme Dan Keilmuan*.
- Nurkhin, Mukhibad, & Aprillia. (2020). The Effect of Knowledge, Promotion, and Religiosity on Intention to Use Islamic Banking Services 1. *International Journal of Financial Research*, 1(2), 128-135.
- Pertiwi, I. S. M. (2020). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pada Baznas Provinsi Lampung. *Journal Ibnu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1).
- Prayoga, R., & Yafiz, M. (2022). Pengaruh Literasi Zakat, Lokasi, Religiusitas, Akuntabilitas, Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Membayar zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Serdang Bedagai. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1), 189-204.
- Purwanto, A., Mukarromah, O., & Sulaeman, J. (2022). Pengaruh Social Campaign dan Kepekaan Sosial (Altruisme) Terhadap Jumlah Donatur ZIS Pada Masa Pandemi (Studi Kasus LAZ Harfan Banten). *Tsarwah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 1-11.
- Qardhawi, Y. (2011). *Hukum Zakat*. Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa.
- Santrok, W. J. (2003). *Adolescence (Perkembangan Remaja)* (Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Sears, D. O. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Kencana.

- Sidiq. (2015). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Kepada Organisasi Pengelola Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat : (Studi Kasus Terhadap Muzakki Di Fakultas Agama Islam Dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Un. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Sofiyani, I., & Kristiyono, A. (2021). Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Muzaki Membaya Zakat dengan Minat sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada LazisMu Cabang Suruh). *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Suryabrata, S. (2004). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Grafindo Raja Persada.
- Sutarno. (2003). *Minat Menjadi Wirausaha Dalam Usaha Kecil Menengah*. Bandung: Sinar Baru.
- Uda, K. (2009). *Zakat: Teori, Kutipan dan Agihan*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Widiarti, P. (2003). Orientasi moralkeadilan dan orientasi moral kepedulian: suatu kecenderungan perbedaan antara penalaran moral laki-laki dan perempuan berbeda. *Jurnal Psikologi*, 1(11), 32–45.
- Widyarini, & Yuliana, W. (2019). Faktor Pengaruh Minat Membayar Zakat Mal Studi Pada LAZ 'Baitul Mal MJK' di Yogyakarta. *Az Zarqa' Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 11(2), 267–287.
- Yuliani, M., & dkk. (2018). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Baznas Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 1(2), 1–13.
- Yusfiarto, R., & dkk. (2020). Literacy amd Intention to Pay Zakat:A Theory Planned Behavior View Evidence from Indonesian Muzakki. *Internation Journal of Zakat*, 5(1), 15–27.